**RUBRICA AFONULUI**

*(Mircea Bunea, septembrie 2005)*

**Motto: „ – Coborâți la Lovinescu, apoi o luați la dreapta" (Auzită în autobuzul 368)**

Detergentul Sabin Drăgoi, tescovina Lipatti, chiloțeii Mihail Jora, undița Ludovic Spiess...?! Hotărâți-vă!

Nu demult, un confrate pudibund de pudibund le reproșa ieșenilor, botoșenenilor și ipoteștenilor că și-au permis să boteze cu numele lui Eminescu o echipă de fotbal, un teatru, un cartier, o comună, un bulevard, un liceu, o bibliotecă și – auzi blestemăție! – chiar o băcănie. Din ultima – firma „Eminesciana" – semnatarul diatribei pretinde că și-ar fi cumpărat o cutie de Eminescu picant și doi eminești cu costiță afumată, „dar n-am avut nici o clipă senzația că prin asta fac un act de cultură".

Aparent, pamfletarul are dreptate. Ar cam trebui să existe o măsură în toate. În bună logică, nici mie nu mi-ar suna bine ceva de genul „Moara cu ciocănele ï¿½Mihai Eminescuï¿½". Și sunt convins că nici cetățeanul care și-ar mărunți gozurile la respectiva instalație n-ar fi străpuns de fiori culturali, ci doar de greutatea sacilor. Din câte-mi amintesc, într-una din cărțile sârbului Branislav Nușici există un personaj care se simțea academician atunci când se așeza pe scaunul unui academician. Însă asemenea situații sunt foarte rare chiar și pentru consumatorii înveseliți de coniacul Napoleon, ori de vodca Gorbaciov, de pildă. Dar nu asta-i problema. Dincolo de aparență e esența. Care nu-i alta decât dubla întrebare: Locul figurilor ilustre din cultura națională – și nu numai – trebuie să se afle doar în biblioteci, muzee, galerii de artă, scene... așa cum pretind unii? Numele unor Maiorescu, Caragiale, Creangă, Brâncuși, Tonitza, Sava, Caudella, Nichita Stănescu, Blaga... nu pot fi asociate la toate câte sunt pe pământ?

Răspunsul e tot o întrebare: De ce nu? Numai la noi unii mai cred că ar fi o blasfemie dacă, să zicem, cineva s-ar apuca să producă și să vândă cașcavalul Miorița, salamul Enescu, zacusca Ștefan O. Iosif, cârnăciorii Mihai Viteazu, biscuiții Sadoveanu, bulionul Nichifor Crainic, covrigii Tudor Arghezi, sarmale Paul Zarifopol, prezervative Brătescu-Voinești, hortensii Papadat-Bengescu, iaurt Camil Petrescu, canapele Theodor Rogalski, setul de jucării erotice Ciprian Porumbescu... Poate o să mă întrebați dacă așa ceva e frumos. Răspunsul e nu, nu-i frumos, e chiar hiperkitsch, dar ar fi al naibii de avantajos! Dovadă că alții fac bani buni tocmai pe astfel de chestii, iar denominațiile lor se umflă și se tot umflă de-au spuzit Pământul. Dovezi? Câtă frunză, câtă iarbă...

La Salzburg, în Austria, există un festival anual Mozart, un seminar internațional Mozart, dar și un parc Mozart, un hotel Mozart, o patiserie Mozart, o berărie Mozart, o spălătorie Mozart,o florărie Mozart, bomboane și ciocolata Mozart, liquerul Mozart... Mirobolantul Mozart devine mai mic dacă-ți dai blugii la curățat în spălătoria care-i poartă numele? Pe Pușkin, Gogol și Lermontov îi scoate cineva afară din Istoria Literaturii Ruse pentru că patroana unei case de curve din Moscova le-a fixat sub streașină capetele sculptate în granit? Mira-m-aș! Vin hăndrălăi cu ifose, se uită, întreabă, li se spune, se dau culți, după care năvălesc peste Matrioșka nr.1, nr.2, nr.3. ...și pleacă satisfăcuți nevoie mare. Prețurile, sub protecția frunților celor trei, firește că sunt și ele mai piperate decât tarifele practicate pe lângă zidurile teatrului Taganka.

În cartierul Plaka din Atena, chiar sub Acropole, se vând și se cumpără în draci mii și mii de tricouri pe fața cărora scrie Nikos Kazantzakis – autorul celebrelor romane Cristos răstignit pentru a doua oară și Alexis Zorba – , iar pe spate au imprimat aforismul care i-a fost săpat scriitorului și pe lespedea mormântului din Insula Creta: Nu cred în nimic. Nu mi-e frică de nimic. Nu sper nimic. Sunt liber. La Praga, ai de ales între o cafea luată pe terasa Kafka și o bere servită la crâșma „Două inimi" burdușită cu citate din Jaroslav Hașek, tăticul bravului soldat Svek. În shopul hotelului Edison din Manhattan, la fix treizeci de pași de Broadway, ți se pretind 3,50 dolari pentru un gârlig de rufe din plastic alb pe care scrie cu roșu New York – nu care cumva să uiți numele megapolisului capitală a lumii – , 5,00 dolari pentru o scrumieră făcută în Coreea, dar pe care scrie New York City, și 10 dolari pentru un Walt Whitman ajuns... breloc!!! Bineînțeles că nu te obligă nimeni să-l cumperi, da` dai banul și apoi traversezi oceanul cu Walt Whitman spânzurat de gaica centurii budigăilor. Firește, n-ai senzația că prin asta faci un act de cultură, da` orișicât, măcar provoci un icter mic invidioșilor dușmani pe care-i ții de prieteni.

Cine ne împiedică – în afară de pudibunzii de serviciu la nu știu care publicații – să producem și noi undițe Spiess, chiloței Jora, detergenți Drăgoi, ori tescovina Lipatti? Când vine vorba de bani – fie că ești la Roma, la Paris, la Londra, ori la New Delhi, ori la Rio de Janeiro, ori la Shanghai... – , oamenii nu-și mai permit ifose păguboase. Nici americanii nu mai au reticențe. Stelele, dungile și culorile drapelului lor le poți admira și pe cupola clădirii Congresului, la Washington, dar și între fesele frumoaselor de pe plajele mai acătării ale lumii, sub formă de bikini. Aceiași americani nu se uită nici la preț și nici nu se sinchisesc că oarecine i-ar putea considera adepți ai cultului personalității, atunci când apreciază că unii dintre ai lor ar merita veșnică cinstire și pomenire. Pe Muntele Rushmore, statul Dakota de Sud, au sculptat în stâncă, la proporții uriașe, busturile lui George Washington, Thomas Jefferson, Abraham Lincoln și Theodor Roosevelt. Chipurile acelorași le-au gravat însă și pe fețele celebrelor brichete Zippo. Grandoare și decadență? Poate, dar, uite, acum, când scriu, țigările mi le aprind cu un Abraham Lincoln sub profilul căruia n-am cum să nu citesc 1809-1865. Pe mapamond sunt zeci de milioane de fumivori care, astfel, vor-nu-vor, află numele unor făcători de istorie americană. Aceleași țigări mi le sting fix în capul lui Artigas, sudat în căușul unei scrumiere pe care am cumpărat-o în Uruguay, în Plaza Independencia din Montevideo...

Altora nu le pasă că respectivele kitschuri le-ar putea arunca valorile în derizoriu. Și, cred eu, bine fac, că le priește. Și lor, și valorilor lor. Noi, aici, în România, ne sfiim să imităm asemenea exemple. Dar, la urma urmei, cine treabă are dacă indiferent care întreprinzător ar boteza cu nume sonore ale culturii noastre produse care n-au nici o legătură cu sfera culturii?! În astfel de situații cred că scopul poate scuza mijloacele.

Cel puțin în această etapă, **avem de ales** între a rămâne orgolioși și mofluji, ori a deveni pragmatici, bogați și cunoscuți. Chiar și prin detergentul Sabin Drăgoi, tescovina Dinu Lipatti, chiloțeii Mihail Jora, undița Ludovic Spiess...